

Síntesi: jornades *Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur* (Barcelona, 20-21 de febrer de 2014)

*Summary: Conference "Media at the service
of democracy: present and future"
(Barcelona, 20-21 February 2014)*

Firma convidada

Maria Corominas Piulats¹

Professora titular del Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura
de la Universitat Autònoma de Barcelona, Bellaterra.
maria.corominas@uab.cat

Síntesi: jornades *Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur* (Barcelona, 20-21 de febrer de 2014)

Summary: Conference "Media at the service of democracy: present and future" (Barcelona, 20-21 February 2014)

RESUM:

En l'article se sintetitzen els principals continguts i les qüestions fonamentals tractats a les jornades titulades *Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur* que, organitzades per la Societat Catalana de Comunicació, filial de l'Institut d'Estudis Catalans, es van celebrar a Barcelona el 20 i 21 de febrer de 2014. El text es basa en la intervenció de l'autora en la sessió de debat i conclusions de les jornades, i presenta en primer lloc l'anàlisi i la diagnosi sobre els mitjans de comunicació que van fer els ponents, en què es va posar l'èmfasi en la *desconstrucció* del sistema públic audiovisual. Recull també les oportunitats que es van identificar, entre les quals la necessitat creixent d'àmbits de trobada de grups diversos a la qual el servei públic pot donar resposta, i les possibles accions que es van plantejar, tant des de l'acadèmia com en l'àmbit professional.

PARAULES CLAU:

mitjans de comunicació, democràcia, servei públic audiovisual, mitjans audiovisuals, mitjans de servei públic, pluralisme.



Summary: Conference "Media at the service of democracy: present and future" (Barcelona, 20-21 February 2014)

Síntesi: jornades Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur (Barcelona, 20-21 de febrer de 2014)

ABSTRACT:

The article summarises the main content and key themes dealt with in the course of the conference "Media at the service of democracy: present and future".

The conference was held in Barcelona on 20-21 February 2014, organised by Societat Catalana de Comunicació of Institut d'Estudis Catalans. This text is based on the author's contribution to the concluding debate session. Firstly, it presents the participants' analysis and diagnosis of the mass media, which focused on the 'deconstruction' of the public audiovisual system. It also covers the opportunities identified, including an increasing need of meeting spaces for different groups, which can be satisfied by public service, and the possible actions brought up during the conference, both from academia and from the professional sphere.

KEYWORDS:

media, democracy, public service broadcasting, audiovisual media, public service media, pluralism.

Sota el títol *Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur*, el 20 i 21 de febrer de 2014 la Societat Catalana de Comunicació (SCC), filial de l'Institut d'Estudis Catalans (IEC), amb la col·laboració de l'Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona, el Col·legi de Periodistes de Catalunya i la Fundació Consell de la Informació de Catalunya, va organitzar unes jornades² a Barcelona per, segons va dir la presidenta de la SCC, Rosa Franquet, en l'obertura, «obrir una reflexió sobre el paper dels mitjans de comunicació en democràcia» i «clarificar-ne el paper, sobretot dels mitjans públics, com a instruments de cohesió democràtica», en un context d'incertesa econòmica i de canvi social, tant amb caràcter general com en concret a Catalunya.

Eixos de les jornades

La relació entre servei públic i democràcia va ser l'eix comú de totes les intervencions del primer dia, començant per la conferència inaugural de Ruurd Bierman, responsable del projecte *Vision 2020* de la Unió Europea de Radiodifusió, sobre «Quin futur té la radiotelevisió pública en l'horitzó 2020?»; continuant per la primera sessió, en què Miquel de Moragas, catedràtic de la Universitat Autònoma de Barcelona i membre de l'IEC, Enrique Bustamante, catedràtic de la Universitat Complutense de Madrid, i Joaquim M. Puyal, periodista i membre de l'IEC, van respondre a la pregunta «S'han superat les missions bàsiques dels inicis? Informar, educar i entretenir»,³ i acabant amb la segona sessió del dia centrada en «Els valors afins al servei públic: el valor del pluralisme, la qualitat dels continguts, l'accés i la participació de la ciutadania»,⁴ en què van intervenir Josep Gifreu, catedràtic de la Universitat Pompeu Fabra, Lúcia Oliva, de la Fundació Consell de la Informació de Catalunya, Emili Prado, catedràtic de la Universitat Autònoma de Barcelona, Roberto Suárez, del Media Intelligence Service de la Unió Europea de Radiodifusió, i Mònica Terribas, periodista i professora de la Universitat Pompeu Fabra.

Durant el matí i la tarda del 20 de febrer, els ponents van aportar elements d'anàlisi i diagnosi sobre la situació, i també algunes propostes d'actuació o d'intervenció. La jornada va continuar el 21 de febrer amb un èmfasi particular en el servei públic, i especialment el pas del servei públic audiovisual —*public service broadcasting* (PSB)— als mitjans de servei públic —*public service media* (PSM)—, i el finançament del servei públic, amb la conferència «Reinventant el servei públic de radiodifusió, reinventem els models públics de finançament?»,⁵ a càrrec de Karen Donders, professora de la Universitat Lliure de Brussel·les; i les bones pràctiques públiques internacionals, centrades en el cas danès,⁶ i analitzades per Henrik Søndegaard, professor titular de la Universitat de Copenhagen, i a Catalunya i a Espanya,⁷ presentades i explicades per Xavier Sitjà, periodista de Televisión Española, Javier Marzal, catedràtic de la Universitat Jaume I, i Rosa Oliva, adjunta a la direcció de Catalunya Ràdio.

Anàlisi i diagnosi

Entre tots els ponents van analitzar amb tota una gamma de matisos la situació dels mitjans de comunicació en la democràcia i la rellevància del servei públic. Els elements principals del diagnòstic que es van identificar van ser els següents:

— Les *societats* cada vegada estan més *fragmentades*, amb per exemple una proporció creixent de llars *individuals* (Bierman: *fragmenting societies*).

— Es produeixen canvis creixents en els hàbits de *l'audiència*, sobretot entre els més *joves* (Bierman, Donders, Søndergaard).

— Hi ha hagut una *desconstrucció* del *sistema públic audiovisual*, identificada amb aquesta expressió per Moragas i disseccionada per diversos ponents, començant per ell mateix:

- Precarització laboral («l'ofici de periodista és un ofici amenaçat», va dir Puyal, i va afegir: «els professionals cada cop estem més supeditats als interessos dels gestors i als propietaris dels mitjans de comunicació; s'imposa l'audiència com a objectiu, no com a condició»; «el poder en la propietat ha despulat el poder professional», va afirmar Terribas, «i els professionals tenen por de perdre la feina», va continuar).

- Externalització creixent de la producció, va assenyalar Moragas —fins al punt d'arribar, en paraules de Bustamante, al nucli del que hauria de ser el servei públic: els informatius.

- Tancament de cadenes —amb el cas de la Radiotelevisió Valenciana Canal 9 com a punt de no retorn, d'acord amb Bustamante—; i, precisament, Canal 9 —no només el tancament, sinó també l'evolució— va ser analitzat per Marzal.

- Regovernamentalització o partitocràtizació, contràries al principi bàsic de l'autonomia de la gestió del servei públic, va argumentar Bustamante, i ho va exemplificar, entre d'altres, amb els nomenaments per a autoritats de regulació de persones sense experiència però amb militància partidista; Prado, per a Catalunya, va observar que s'havia retrocedit en el que s'havia avançat en desgovernamentalització dels mitjans públics, mentre que la despartidització no s'ha arribat a produir; Terribas va remarcar, entre d'altres, que «hem conceptualitzat pluralisme amb quotes, temps d'antena dels polítics» i, en una altra línia, va denunciar la «dimissió de la intel·lectualitat de la participació en l'àmbit de creació d'opinió als mitjans» i, com a correlat, «com els partits transporten la seva influència en aquest àmbit». També Sitjà ho va il·lustrar en relació, per exemple, amb el Consell d'Administració de Radiotelevisión Española en els darrers anys.

- Afebliment dels ens reguladors: des de —en paraules de Bustamante— «l'eliminació, abans de néixer, del Consejo Estatal de Medios Audiovisuales» i la substitució per la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia a Espanya, amb recentralització governamental inclosa, al «dèficit democràtic» que representa el fet que a Espanya no hi hagi òrgan regulador, assenyalat per Terribas, o situacions de partidització en els organismes autonòmics...

- Polítiques de publicitat contràries als interessos de l'economia de servei públic, identificades per Moragas.

— Puyal ho va complementar amb una lectura comparada de la llei estatal de televisió privada de 1988 i la llei general de la comunicació audiovisual de 2010.⁸ Entre d'altres, va remarcar que mentre que la primera començava definint la televisió com a «servei públic essencial», a la segona és «indústria i economia» des de l'inici; i —va remarcar Puyal— la «seguretat de les empreses» és anterior, en el text, a la protecció del ciutadà...

— Al costat de la *desconstrucció* del sistema públic audiovisual, Gifreu va assenyalar que «l'espai públic de comunicació s'ha convertit en una mena d'aparell de propaganda política i publicitària»: Bustamante ho va qualificar de «*comercialització massiva de l'espai simbòlic*», una tendència que, segons ell, és universal i altera les fronteres entre espais lucratiu i no lucratiu públics. I Prado va concloure que «finalment estem en un cercle en què el domini del negoci està per sobre del domini de la concepció social de la comunicació; tot torna a ser propaganda». I hi va afegir un element nou: «en el trànsit al digital», va argumentar, «ens havíem cregut que la ciutadania s'apoderava de la tecnologia; i ens despistem», va continuar, «perquè tot i això hi ha una lògica comercial i de negoci que s'imposa a tots els *apoderaments democràtics*».

— El *paper de la Unió Europea* (UE) també va entrar dins del diagnòstic i va ser analitzat de manera crítica. D'una banda, seguint Bustamante, per la regulació sobre els serveis audiovisuals que separa la televisió «punt a massa» (serveis lineals) i la «televisió punt a punt» (serveis sota demanda), de manera que deixa fora una enorme eclosió audiovisual de què s'estan beneficiant grans corporacions (com ara Google-YouTube); de l'altra, el mateix Bustamante també va subratllar el contrast entre «la fermesa creixent de la Comissió Europea sobre el servei públic» i l'actitud que permet la concentració creixent en televisió punt a massa, fins al punt que —va remarcar— per defensar el mercat s'està eliminant el servei públic, però la UE, retrocedint en termes d'espai públic, també ho fa en termes de competència de mercats, «allò que diu que vol defensar», va concloure. També Terribas va fer referència a la no intervenció de la UE per garantir la qualitat dels mitjans públics: «A Europa s'està construint el model nord-americà d'oligopoli», va dir, «i la UE no s'enfronta amb els grans grups mediàtics». Donders, per la seva banda, va distingir entre el Parlament Europeu, «que tendeix a manifestar-se a favor del servei públic», va dir, i la Comissió Europea, que, segons ella, té competència limitada per actuar sobre el servei públic per la limitació de competències en cultura.

— Gifreu, tot reconeixent el rol de la UE i de l'Organització Mundial del Comerç com a context, va posar l'èmfasi en l'*Estat*. «El servei públic és una institució comunicativa canviant en el temps, que depèn de l'Estat» —va subratllar—, que és qui pren determinades decisions, a qui les mateixes institucions europees encarreguen aspectes clau com la definició del servei públic o qui encarrega les missions de servei públic a la institució corresponent. I, en aquest sentit, va considerar que

«un hipotètic Estat català» comptaria amb un precedent valuós en el primer mandat marc del sistema públic audiovisual català aprovat pel Parlament l'any 2010. També Søndergaard, en explicar i analitzar el cas danès, va fer referència a l'Estat i al model danès de l'estat del benestar universal, que atorga un paper important al servei públic.

— La *cultura*, en totes les seves dimensions, es va identificar com a element essencial del servei públic. Bustamante ho expressava en termes d'unitat del camp simbòlic: els mitjans de comunicació al servei de la cultura, del pluralisme i de la diversitat cultural i, en aquesta línia, reclamava la necessitat de «reinterpretar la trilogia clàssica del servei públic [informar, educar i entretenir] des de la cultura». En una línia diferent però propera, Puyal, reflexionant sobre les missions del servei públic, va subratllar que l'entreteniment no ha de ser un objectiu, sinó una via i una condició, i va remarcar amb insistència «en cada territori per als ciutadans d'aquell territori». També en termes de cultura, si bé des d'un altre angle, va analitzar la situació Suárez, que específicament va tractar la incidència en el servei públic de la cultura política —«és imprescindible que hi hagi un sistema de tallafocs entre l'Estat i el servei públic»—, de la cultura professional —en termes de qualitat i formació dels professionals i condicions laborals adequades— i de la cultura cívica —consciència de ciutadania. Søndergaard, en relació amb el cas danès, va afirmar que «en l'estat del benestar universal, la política mediàtica és vista com a part de la política cultural; la cultura, com a mitjà per assolir objectius polítics». Rosa Oliva va parlar dels mitjans de comunicació com una forma cultural a Catalunya.

— Un altre element que va formar part del diagnòstic va ser la incidència del *trànsit al digital*, que va ser objecte d'anàlisi específicament per part de Prado. D'una banda, va dir que «se'ns ha insistit que, en aquest pas, la pluralitat i la diversitat serien el correlat de la multiplicació de canals, i el resultat és la concentració»; ja que —va continuar argumentant— «en condicions de mercat i sense garanties reguladores, el mercat optimitza les seves inversions». A més, va remarcar que, amb independència de la concentració, la multiplicitat de canals no equival a pluralitat, sinó a homogeneïtzació de continguts, «com s'ha demostrat». Per ell, cal multiplicitat de canals amb continguts diversos accessibles en igualtat de condicions. I encara va introduir «l'accés i la participació» com un element bàsic: «la praxi ha demostrat que la majoria de sistemes de participació que existeixen a través de la Xarxa acaben inclosos en la lògica de la comercialització», va explicar; «aquesta "participació" no pot substituir la participació "real" estructurada i estructurant de la societat, no com a individus», va afirmar.

També Donders i Søndergaard van aprofundir en l'aspecte de la digitalització, sobretot en l'anàlisi del pas del PSB (*public service broadcasting*, servei públic audiovisual) al PSM (*public service media*, mitjans de servei públic).

— Sobre el debat a l'entorn dels mitjans de comunicació, es van apuntar alguns altres comentaris des de perspectives diferents. Així, Puyal va constatar que «la ciutadania no es queixa del funcionament del sistema comunicatiu, però sí que ho

fa d'altres sistemes; no té consciència que funciona malament»; per la seva banda, Gifreu va assenyalar que «el servei públic és discutit per voraçs competidors i per nous ideòlegs de la liberalització total».

— En relació amb la *crisi econòmica*, a la qual hi va haver poques referències explícites, per Bustamante, a Espanya i a la Unió Europea «s'aprofita per una deriva neoliberal» i, per Donders, «s'ha instrumentalitzat per fer més retallades». Terribas va apuntar que «la novetat amb la crisi és que els diaris han passat a la concentració empresarial en molt poques mans, encara que amb multiplicitat de finestres».

— El *finançament* va ser aprofundit per Donders, que va explicar els tres models bàsics (cànon, pressupostos públics i publicitat), la necessitat d'un finançament *adequat* per al servei públic, i també les dificultats per definir-lo i per trobar-lo, així com la diversitat de situacions a Europa.

Oportunitats i esperances

La situació actual és una «missió impossible per al servei públic?», es va preguntar Bierman en la conferència inaugural i, feta l'anàlisi i la diagnosi, va respondre: «No, hi ha una necessitat creixent d'espais o àmbits de reunió, de trobada de grups socials diversos, i això només ho pot fer el servei públic». Segons ell, si no hi ha una organització de servei públic que de manera regular elabori i lliuri material de qualitat, altres organitzacions via mercat no ho faran. En paraules de Moragas, «el lliure mercat no és garantia de les funcions polítiques, socials i culturals atribuïdes a la televisió», «no garanteix la igualtat d'oportunitats en l'accés a les innovacions tecnològiques», cosa que sí que es pot fer a través de la missió de servei públic dels mitjans públics.

Per Gifreu, el servei públic actua en l'àmbit de la creació de la comunitat, en la mesura que crea «sentit per al comú de la comunitat, és un element de cohesió social; davant els mitjans privats que defineixen el seu *target*, el servei públic és per a la comunitat». I, de cara a una esfera pública crítica, participadora i creadora de comunitat, Gifreu va explorar la incidència de la forma d'estructurar els mitjans públics en relació amb els valors en diversos àmbits: en la responsabilitat editorial i la participació de la societat civil; el de la creativitat i la creació; el de l'estatus de l'espectador; el dels continguts de qualitat, i el de la creació de comunitat.

Prado també va apuntar en aquesta línia que «des dels interessos comercials dels *lobbys* privats es diu que el servei públic és innecessari en un context multicanal i de tecnologia accessible, però ens estan traient el concepte de crear espais públics compartits, en què hi pugui haver debat d'idees». I, davant «la doctrina d'agressió contra el servei públic i contra l'espai públic», va alertar que «transmetre valors compartits requereix una audiència massiva», i va assenyalar que la qualitat pot anar amb qualsevol gènere.

Donders va anar més enllà: «el PSM té el potencial d'esdevenir més important per a la societat del que ha estat el PSB, però la qüestió central és garantir el suport públic (que no equival a suport polític, però és una condició necessària)». I, de fet, Søndergaard va identificar quatre claus del fet que el PSM sigui fort a Dinamarca: legitimitat (suport polític), finançament suficient, un mandat clar i audiència àmplia (popularitat).

També es va plantejar com a oportunitat, o com a esperança: l'*excepcionalitat cultural*, i la UE en la mesura que l'ha fet i la faci seva; i la *Convenció de la UNESCO sobre diversitat cultural*, signada per Espanya (Bustamante). Llúcia Oliva va remarcar el paper dels *consells de la informació* com a instruments de la ciutadania per reclamar que els mitjans, públics i privats, exerceixin la seva funció de manera responsable, com a instruments al servei de la ciutadania, per promoure un periodisme ètic i de qualitat.

Accions

En el terreny de les possibles accions, es van apuntar iniciatives en tres àmbits: el de l'acadèmia, el dels professionals i el dels mitjans.

Des de l'acadèmia, Moragas va assenyalar que cal continuar amb la «doble tasca de denúncia i de proposició», i molts ponents s'hi van adherir. I Moragas va afegir una altra acció: «Saber fer el diagnòstic correcte de l'evolució del sistema comunicatiu a l'era digital», tot matisant que «ens està costant d'entendre i de pensar el nou marc de les polítiques públiques de comunicació a l'era digital, que no podem deixar només a la comercialització».

Per Bustamante, el repte és reinterpretar en el marc de la cultura la Convenció de la UNESCO sobre diversitat cultural, per avançar cap a una política integrada de comunicació i cultura. «Paciència i intolerància», va recomanar Bustamante. En concret: «intolerància i denúncia sistemàtica, a més de la integració en la societat civil que treballa en la regeneració democràtica de l'espai públic».

En l'àmbit dels professionals, es va remarcar que són molts els que treballen amb idea de *servei públic* (Puyal, Llúcia Oliva, Rosa Oliva, Sitjà i Terribas), tant a mitjans privats com públics; «els professionals, començant pels caps», va dir Terribas, «s'hi han de comprometre»; per Puyal, cal aprofitar les tecnologies, i Rosa Oliva va posar exemples concrets en aquesta línia. Marzal, en l'exposició de la situació de Canal 9, va remarcar que a Radiotelevisió Valenciana hi havia bons professionals. En general, es van identificar la cultura professional, unes condicions adequades per als professionals i el professionalisme com a claus.

En el terreny institucional dels mitjans de comunicació, Donders va donar set pistes sobre les quals, segons ella, ha d'actuar el PSM: contingut («el contingut és el rei», va dir: «en ràdio, televisió i en línia»), creativitat i innovació, conservació, conversa, apoderament ciutadà, credibilitat i col·laboració.

Les jornades es plantejaven donar resposta a la pregunta següent: «els mitjans de comunicació funcionen de manera que donen suport als valors democràtics?». A manera de síntesi final, es pot assenyalar que, en general, en les jornades es va constatar i remarcar:

— La *vigència del servei públic* i de les missions de servei públic, en un context difícil.

— L'existència d'*oportunitats, esperances i reptes*. Prado ho va resumir així: «Els desafiaments són molts: garantir la participació, continguts de qualitat i pluralisme real via el servei públic».

— I també el fet que es disposa d'*eines*, especialment bones pràctiques i coneixement, que permeten actuar. 📌

Notes

[1] Adreça de correspondència: Maria Corominas. Despatx 107. Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura. Edifici I. Universitat Autònoma de Barcelona. E-08193, Bellaterra (Cerdanyola del Vallès), UE.

[2] Aquest text, basat en la intervenció de l'autora en la sessió de debat i conclusions, és una síntesi de les intervencions i els continguts tractats en aquestes jornades. Per a les jornades, vegeu SOCIETAT CATALANA DE COMUNICACIÓ (2014a), *Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur* (en línia), jornades organitzades per la Societat Catalana de Comunicació a l'Institut d'Estudis Catalans (Barcelona, 20-21 de febrer), <<http://blogs.iec.cat/scc/2014/02/24/els-mitjans-de-comunicacio-al-servei-de-la-democracia-present-i-futur/>> (consulta: juliol 2014); per a la sessió de cloenda, vegeu SOCIETAT CATALANA DE COMUNICACIÓ (2014b), «Debat i conclusions», a *Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur* (en línia), jornades organitzades per la Societat Catalana de Comunicació a l'Institut d'Estudis Catalans (Barcelona, 21 de febrer), <http://videoteca.iec.cat/entrada.asp?v_id=480> (consulta: juliol 2014).

[3] Vegeu SOCIETAT CATALANA DE COMUNICACIÓ (2014c), «Taula rodona: "S'han superat les missions bàsiques dels inicis? Informar, educar i entretenir"», a *Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur* (en línia), jornades organitzades per la Societat Catalana de Comunicació a l'Institut d'Estudis Catalans (Barcelona, 20 de febrer), <http://videoteca.iec.cat/entrada.asp?v_id=475> (consulta: juliol 2014).

[4] Vegeu SOCIETAT CATALANA DE COMUNICACIÓ (2014d), «Taula rodona: "Els valors afins al servei públic: el valor del pluralisme, la qualitat dels continguts, l'accés i la participació de la ciutadania"», a *Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur* (en línia), jornades organitzades per la Societat Catalana de Comunicació a l'Institut d'Estudis Catalans (Barcelona, 20 de febrer), <http://videoteca.iec.cat/entrada.asp?v_id=476> (consulta: juliol 2014).

[5] Vegeu SOCIETAT CATALANA DE COMUNICACIÓ (2014e), «Conferència: "Reinventant el servei públic de radiodifusió, reinventem els models públics de finançament?"», a *Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur* (en línia), jornades organitzades per la Societat Catalana de Comunicació a l'Institut d'Estudis Catalans (Barcelona, 21 de febrer), <http://videoteca.iec.cat/entrada.asp?v_id=477> (consulta: juliol 2014).

[6] Vegeu SOCIETAT CATALANA DE COMUNICACIÓ (2014f), «Conferència: "Les bones pràctiques públiques internacionals: el cas danès"», a *Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur* (en línia), jornades organitzades per la Societat Catalana de Comunicació a l'Institut d'Estudis Catalans (Barcelona, 21 de febrer), <http://videoteca.iec.cat/entrada.asp?v_id=478> (consulta: juliol 2014).

[7] Vegeu SOCIETAT CATALANA DE COMUNICACIÓ (2014g), «Taula rodona: "Les bones pràctiques públiques nacionals"», a *Els mitjans de comunicació al servei de la democràcia: present i futur* (en línia), jornades organitzades per la Societat Catalana de Comunicació a l'Institut d'Estudis Catalans (Barcelona, 21 de febrer), <http://videoteca.iec.cat/entrada.asp?v_id=479> (consulta: juliol 2014).

[8] «Ley 10/1988, de 3 de mayo, de televisión privada», *Boletín Oficial del Estado* (5 maig 1988); «Ley 7/2010, de 31 de marzo, general de la comunicación audiovisual», *Boletín Oficial del Estado* (1 abril 2010) (text consolidat: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2010-5292>).